

【比較表】

- ・ 広告等の表示及び景品類の提供に関する自主規制規則第9条に関する細則案
- ・ スプレッド広告表示の適正性維持に関するガイドライン

細則案 (変更後)	ガイドライン (変更前)
<p>(目的)</p> <p>第1条 <u>この細則は、広告等の表示及び景品類の提供に関する自主規制規則(以下「広告規則」という。)第9条の規定に基づき、会員が行う店頭外国為替証拠金取引に伴うスプレッド広告に関し、虚偽若しくは誇大な表示を排除し、又は表示されるべき事項を定め、投資者の広告表示内容に対する誤認等を防止し、投資者の保護を図るとともに、金融先物取引業の健全な発展に資することを目的とする。</u></p> <p>(定義)</p> <p>第2条 <u>この細則において「店頭外国為替証拠金取引」とは、金融商品取引業等に関する内閣府令第117条第1項第28号の2に規定する特定通貨関連店頭デリバティブ取引(金融商品取引法第2条第8項に規定する金融商品取引業から除かれるものを除く。)をいう。</u></p> <p>2 <u>この細則において「広告」とは、広告規則第2条に規定する広告等の表示をいう。</u></p> <p>3 <u>この細則において「スプレッド」とは、会員が店頭外国為替証拠金取引を行うに際し、顧客に提示する対象通貨の売り (offer)、買い (bid)の価格差をいう。</u></p> <p>4 <u>この細則において「スプレッド広告」とは、会員が店頭外国為替証拠金取引について行う広告のうち、具体的な金銭単位等の数値をもってスプレッドが表示された広告をいう。</u></p> <p>5 <u>この細則において「おとり行為」とは、広</u></p>	<p>(目的)</p> <p>第1条 <u>このガイドラインは、会員が行う店頭外国為替証拠金取引に伴うスプレッド広告に関し、投資者の広告表示内容に対する誤認等を防止し、投資者の保護を図るとともに、金融先物取引業の健全な発展に資するため、その表示内容の適正性を維持するために必要とされる会員内部の態勢整備等の留意事項等を示すことを目的とする。</u></p> <p>(定義)</p> <p>第2条 新設</p> <p>1 <u>このガイドラインにおいて「広告」とは、広告等の表示及び景品類の提供に関する自主規制規則第2条に定義する「広告等の表示」をいう。</u></p> <p>2 <u>このガイドラインにおいて「スプレッド」とは、会員が店頭外国為替証拠金取引を行うに際し、顧客に提示する対象通貨の売り (offer)、買い (bid)の価格差をいう。</u></p> <p>3 <u>このガイドラインにおいて「スプレッド広告」とは、会員が店頭外国為替証拠金取引について行う広告のうち、具体的な金銭単位等の数値をもってスプレッドが表示された広告をいう。</u></p> <p>4 <u>このガイドラインにおいて「おとり行為」</u></p>

<p><u>告を行いながら合理的な理由なく広告どおりのスプレッドを顧客に提示せずに、又は形式上は広告内容に添った取引を装いながら、実際には顧客に不利となる取引を行うことをいう。</u></p>	<p><u>とは、広告を行いながら、広告どおりの取引を顧客に提供しない行為又は形式上は広告内容に添った取引を装いながら、実際には顧客に不利となる取引を合理的な理由なく行うことをいう。</u></p>
<p><u>6 この細則において「広告審査担当者」とは、 広告規則第7条第1項に規定する広告審査担当者をいう。</u></p>	<p>新設</p>
<p><u>7 この細則において「取引時間」とは、顧客との店頭外国為替証拠金取引に関し、契約上取引可能な時間をいう。</u></p>	<p>新設</p>
<p><u>8 この細則において「内部管理責任者」とは、 金融先物取引業務の内部管理責任者等に関する規則（次項において「内部管理責任者等規則」という。）第8条第1項の規定に基づき任命された内部管理責任者をいう。</u></p>	<p>新設</p>
<p><u>9 この細則において「内部管理担当役員」とは、 内部管理責任者等規則第2条に規定する内部管理担当役員をいう。</u></p>	<p>新設</p>
<p>(おとり行為の禁止)</p> <p>第<u>3</u>条 会員は、おとり行為を行ってはならない。</p> <p><u>2 会員は、おとり行為の未然防止を図るため、顧客の注文を処理し約定を図る過程（以下「注文執行過程」という。）を管理・監督するものとする。</u></p> <p>削除（要点説明の第3条第2項関係に取り入れる）</p> <p>削除（要点説明の第3条第2項関係に取り入れ</p>	<p>(おとり行為に対する留意事項)</p> <p>第<u>6</u>条 会員は、おとり行為を行ってはならない。</p> <p><u>2 会員は、既に実施した広告の内容が、顧客との取引の結果として不適切なものとならないよう、顧客の注文を処理し、約定を図る過程（以下「注文執行過程」という。）を管理・監督する。</u></p> <p><u>3 前項の管理・監督に当たっては、顧客との取引において提示したスプレッド又は約定時のスプレッドが広告掲載するスプレッドと合致する場合であっても、提示価格又は約定価格そのものを顧客に不利な方向に動かす行為及び顧客との約定を拒否又は遅延させる行為が行われていないかどうかを確認する。</u></p> <p><u>4 会員は、第2項の管理・監督に関して、常</u></p>

<p>る)</p> <p>削除(要点説明の第5条第2項関係に取り入れる)</p> <p>3 前項の管理・監督は、注文執行過程に直接関与する部署及び担当者から独立した部署及び担当者により行うものとする。</p> <p>(広告の審査時の確認事項)</p> <p>第4条 会員の広告審査担当者は、スプレッド広告の審査を行う際、次の各号に掲げる事項を確認するものとする。</p> <p>(1) 広告のスプレッドが適正であること</p> <p>(2) スプレッドに関し、投資者に有利な数値のみを強調していないこと</p> <p>削除(広告が適切であることを判断する基準値については、要点説明の第4条第1号関係及びQ&A【2-1】に取り入れる。)</p> <p>削除</p> <p>(3) スプレッドが広告と異なり顧客にとって不利となることがある場合には、当該場合があること及びその具体的な状況を明確に表示していること</p> <p>削除(要点説明の第4条第1号関係に取り入れる)</p>	<p>時取引全件をモニタリングする方法又は無作為抽出した取引をモニタリングする方法などの具体的な管理・監督方法を明文化して定め、これに基づき管理・監督を実施する。</p> <p>5 前項によるモニタリングの結果、顧客との取引状況に不適切な状況が認められた場合には、スプレッド広告については前条第3項に準じた措置を行う。</p> <p>6 第2項の管理・監督は、営業部門及び売買執行部門など、注文執行過程に直接関与する部署及び担当者から独立した部署及び担当者により行う。</p> <p>(広告掲載前の審査基準)</p> <p>第3条 新設</p> <p>新設</p> <p>新設(第4条①を移行)</p> <p>会員は、スプレッド広告を行う場合には、スプレッド広告に関する具体的な審査基準を定める。</p> <p>2 前項の具体的な審査基準には、広告開始以前及び以後において、自らが顧客との取引に対して提示するスプレッドが、広告掲載するスプレッドと合致し、適正であると判断する基準値を組み入れる。</p> <p>新設(第4条④、⑤を移行)</p> <p>3 過去のスプレッド実績と関わりなくスプレッド広告を行おうとする場合は、前項の基準値による審査判断に代え、広告するスプレッドの値が、自社のスプレッドに関する業務運営責任</p>
--	--

<p>削除(要点説明の第4条第1号関係に取り入れる)</p> <p>(4) <u>広告掲載日を表示していること</u></p> <p>(5) <u>広告に期限がある場合には有効期限を表示していること</u></p> <p>(広告掲載時の留意事項)</p> <p>削除</p> <p>削除(第4条第2号に移行)</p> <p>削除(要点説明の第4条第2号関係に取り入れる)</p> <p>削除</p> <p>削除(第4条第3号に移行、要点説明の第4条第3号関係及びQ&A【2-2】に取り入れる)</p> <p>削除(第4条第3号に移行、要点説明の第4条第3号関係に取り入れる)</p> <p>削除</p>	<p><u>者による意思決定と合致したものが確認する。</u></p> <p><u>4 第2項は、顧客との取引に対して提示した売買価格とその価格差であるスプレッドが、実際に顧客との間で成立した売買価格とスプレッドとが乖離しないことを前提とし、会員は、スプレッド広告を行う場合には、当該乖離が発生していないことを確認する。</u></p> <p>新設(第4条⑧を移行)</p> <p>新設(第4条⑦を移行)</p> <p>(広告掲載時の留意事項)</p> <p><u>第4条 会員は、スプレッド広告を行う場合には、以下の事項に留意する。</u></p> <p><u>① スプレッドに関し、投資者に有利な側の数値のみを強調しないこと</u></p> <p><u>② スプレッドが変動することを前提とする場合は、その上限値と下限値をともに表示すること</u></p> <p><u>③ 上記の値については、通常、想定される取引環境を前提とし、社会通念上、広告内容に偽りがないと解される値を記載すること</u></p> <p><u>④ 広告表示するスプレッドが、実際の取引に際して提示されないことがあること、約定の結果による実質的なスプレッドが広告表示の値と合致しない場合があること及び実際の取引時のスプレッドを保証するものではないことなど、スプレッドに関わるリスクについて、顧客以外の投資者にも容易に確認できるようにすること</u></p> <p><u>⑤ 実際の取引において、広告するスプレッド値と異なり、顧客にとって不利となる場合がある場合には、当該場合があること及びその具体的な状況を、スプレッド広告の閲覧者に十分に分かるようにすること。</u></p> <p><u>⑥ 過去の実績値をもって表示を行う場合に</u></p>
---	---

<p>削除（第4条第5号に移行、要点説明の第4条第5号関係に取り入れる）</p> <p>削除（第4条第4号及び同条第5号に移行）</p> <p>（広告掲載中の<u>確認事項</u>）</p> <p>第5条 <u>会員の広告審査担当者は、スプレッド広告の有効期間中、広告のスプレッドが適正であることを、継続して確認するものとする。</u></p> <p>削除（Q&A【2-1】【2-12】に取り入れる）</p> <p><u>2 会員は、前項の確認の結果、広告のスプレッドが適正でない</u>と判断した場合には、<u>当該広告の修正又は中止を速やかに実施し、広告の適正性を確保するものとする。</u></p> <p>*但し書き部分は、要点説明の第5条第2項関係に取り入れる</p> <p>（<u>スプレッド実績の公表等</u>）</p> <p>第6条 <u>会員は、スプレッド広告を行う場合は、当該広告の対象とする通貨に関し、次の各号に掲げる事項を毎営業日記録するものとする。</u></p> <p><u>(1)取引時間（第2号の時間を除く。）において、顧客に提示したスプレッドが広告内容と合致</u></p>	<p><u>っては、当該実績の測定期間を記載するとともに、可能な限り最新の値を用いること</u></p> <p><u>⑦ キャンペーンなど、広告内容に期限がある場合には、当該期限を投資者が容易に視認できるように明示すること</u></p> <p><u>⑧ 広告の有効期限又は広告年月日を記載すること</u></p> <p>（<u>広告掲載中の留意事項</u>）</p> <p>第5条 <u>会員は、スプレッド広告の有効期間中、実際に顧客との取引において提示したスプレッドが、広告表示と合致しているか、継続して確認する。</u></p> <p><u>2 会員は、前項の確認においては、第3条第2項の基準値に照らして、広告中のスプレッドと顧客との取引において提示したスプレッドが合致しているかを判断する。</u></p> <p><u>3 会員は、第1項の確認の結果、広告内容と実際のスプレッドが合致していないと判断した場合には、広告に表示されたスプレッドの修正又は当該広告の中止を速やかに実施する。ただし、既に顧客に配布し、会員の管理が及ばないチラシ、放映を終えたテレビCM又は新聞紙面において実施済みの広告など、過去に行った内容の修正が直接的に行えない媒体による広告については、例えば自社のホームページにおいて、顧客への修正内容の徹底を図るなどの代替措置をもって行うことができるものとする。</u></p> <p>新設</p>
---	--

<p><u>し、又は広告内容を下回る時間</u></p> <p><u>(2)取引時間において、価格の提示を停止した、又は約定を停止した時間</u></p> <p><u>(3)取引時間において、実際に提示したスプレッドの中で最大であった値</u></p> <p><u>2 会員は、前項の記録を基に、営業日毎の前項各号の時間を集計し、毎週金曜日までに、次の各号に掲げる事項を自社のホームページで公表するものとする。</u></p> <p><u>(1)公表日の属する週の前週から遡って4週における前項第1号の時間の累計が、当該4週においてスプレッド広告を行った日の取引時間の累計に占める割合</u></p> <p><u>(2)公表日の属する週の前週から遡って4週における前項第2号の時間の累計</u></p> <p><u>(3)公表日の属する週の前週から遡って4週において前項第3号の値の中で最大となる値</u></p> <p><u>3 前項第1号の割合から判断して、実際に提示したスプレッドが広告と異なっていると認められる場合には、その要因を掲載するものとする。</u></p> <p><u>(記録の保存)</u></p> <p><u>第7条 会員は、スプレッド広告の適正性について事後の検証が行えるよう、次の各号に掲げる事項に関する記録を作成し、当該記録の作成から3年間保存するものとする。</u></p> <p><u>(1)第3条第2項の規定に基づく管理・監督及びその結果を踏まえた措置</u></p> <p><u>(2)第4条の規定に基づく広告の審査の内容</u></p> <p><u>(3)第5条第1項の規定に基づく確認及びその結果を踏まえた措置</u></p> <p><u>(4)第6条第1項及び同条第2項の各号に掲げる事項</u></p> <p><u>削除</u></p>	<p><u>(記録の保全)</u></p> <p><u>第7条 会員は、第3条から第6条までによる審査及び管理・監督（以下「審査等」という。）の実施記録を作成し、保管する。</u></p> <p><u>2 会員は、実施したスプレッド広告の適正性について、事後の検証が行えるよう、顧客への</u></p>
--	---

<p><u>(内部管理責任者等への報告)</u></p> <p><u>第8条 会員は、定期的及び必要に応じて随時に、前条各号に掲げる事項について内部管理責任者に報告するものとする。</u></p> <p><u>2 内部管理責任者は、本細則の規定に違反する事実が認められる場合には、速やかにその内容を内部管理担当役員に報告するものとする。</u></p> <p><u>削除 (内部監査については、要点説明の第9条関係で説明)</u></p> <p><u>削除</u></p> <p><u>削除 (第6条で規定)</u></p> <p><u>削除</u></p>	<p><u>配信、受注、約定及びカバー取引等のデータなどの必要な情報を、前項の審査等の実施記録とともに、保管期間を定め、保管する。</u></p> <p><u>(内部監査の実施)</u></p> <p><u>第8条 新設</u></p> <p><u>会員は、第3条から第6条までの審査等が適切に行われていること並びに第7条の記録及びデータが適切に保管されていることを確認するため、適宜、内部監査を行う。</u></p> <p><u>2 前項の内部監査においては、審査等の手順の遵守状況などプロセス確認に止まらず、前条第2項の情報をを用い、無作為抽出による再検証を行うなどの方法により、審査等の判断の適切性及び記録保管状態を確認する。</u></p> <p><u>(スプレッド実績の公表)</u></p> <p><u>第9条 過去のスプレッド実績を公表する場合には、最新の情報を公表するよう努めなければならない。</u></p> <p><u>2 前項の公表には、スプレッドの計測方法について具体的に記載しなければならない。</u></p> <p><u>(その他)</u></p> <p><u>第10条 顧客へのレート配信、注文執行過程について全てシステムに依存する場合には、一連のシステムの初期設定が第5条及び第6条の趣旨に反してないことを前提に、第5条第1項、第2項及び第6条第2項から第4項に代え、一連のシステムが正常に稼働していること、取引に影響を与える各種設定数値、ある</u></p>
---	--

<p><u>(社内管理体制の整備)</u></p> <p><u>第9条 会員は、スプレッド広告の適正化を図るため、スプレッド広告に関する審査体制、審査基準、審査記録の保存、スプレッド実績の公表及びおとり行為の未然防止を図るための管理・監督等に関する社内規則を整備し、これを役職員に周知し、その遵守を徹底させるものとする。</u></p>	<p><u>いはプログラムが正常な手続を経ずに変更されていないかなど、システムの運用・管理状況について確認する。</u></p> <p>新設</p>
--	--